

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial tidak pernah lepas dari yang namanya berkomunikasi dalam kehidupan sehari-harinya. Komunikasi adalah proses interaksi atau bertukarnya pesan antara penyampai pesan (komunikator) dengan penerima pesan (komunikan). Harold Laswell menegaskan bahwa “cara paling sederhana menggambarkan komunikasi adalah dengan menggunakan: *Who? Who Says? In Wich Channel? To Whom? With What Effect?*” atau siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa dengan pengaruh bagaimana? (Mulyana 2010).

Pesan juga bagian dari unsur penting dalam sebuah komunikasi, pesan ialah tentang apa yang sedang dikomunikasikan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan juga merupakan sebuah simbol *verbal* ataupun *non verbal* yang meliputi perasaan, nilai, gagasan, atau maksud dari sumber tadi. Pesan mempunyai tiga komponen: makna, simbol yang digunakan untuk menyamakan makna, dan bentuk atau organisasi pesan. (Tempo, 2000 dalam Mulyana, 2010).

Di era sekarang teknologi semakin canggih dan semakin mudahnya semua orang untuk melakukan komunikasi, seiring berkembangnya teknologi yang sekarang sudah mulai serba *digital* sangat memudahkan cara untuk berkomunikasi disetiap kalangan. Dan hadirnya media komunikasi baru yang berbentuk *audio* maupun *visual*. Perkembangan era yang lebih *modern* ini diharapkan masyarakat dapat meningkat ke arah yang lebih baik. Berharap juga masyarakat dapat mengikuti perkembangan zaman modernisasi, jika masyarakat tidak dapat mengikuti perkembangan zaman akan merasa sulit untuk bersaing dengan tantangan *global*.

Media elektronik merupakan salah satu media komunikasi, salah satunya memiliki peranan penting yaitu sebagai sarana hiburan. Dalam hal seperti ini sangat menyimpang dengan media

cetak, yang biasanya media cetak hanya menyajikan informasi. Memberi Informasi adalah peranan penting bagi media cetak dari pada menyajikan hiburan didalamnya. Namun juga tidak ada salahnya bagi media cetak untuk memasukkan unsur hiburan kedalamnya agar menarik minat pembaca, contohnya gambar-gambar berwarna yang biasanya sering dijumpai di media-media cetak untuk memenuhi fungsi hiburan, dan ada pula *quiz* seperti TTS (Teka-Teki Silang) sebagai unsur hiburan.

Di era sekarang masyarakat sering kita jumpai mampu melakukan hubungan komunikasi berbasis internet. Internet sendiri yang kini sangat berpotensi untuk berhubungan dengan setiap kalangan masyarakat di seluruh dunia. Salah satunya ialah *platform YouTube* yang saat ini menjadi media yang sangat digemari masyarakat dari yang muda hingga yang tua diseluruh dunia, bahkan juga berdampak besar bagi masyarakat, melalui *platform Youtube* informasi dapat dikemas secara menarik dan sangat menjadi daya minat seseorang. Masyarakat mulai berpindah dari media lama ke media baru karena penyampain informasi yang mengikuti perkembangan teknologi dan zaman, serta penyampaian pesan dikemas secara menarik dan sekreatif mungkin.

*YouTube* merupakan media sosial yang dikemas dengan *audio* dan *visual* yang sekarang ini sangat sering diakses oleh masyarakat. Sangat beragam kategori yang mudah dilihat untuk para penontonnya. Menurut Ni Ketut (2010), *YouTube* ialah merupakan komunitas berbagi video, yang memungkinkan *user* untuk menontonnya, meng *upload*, dan menyebar luaskan berbagai jenis video sesuai dengan yang diinginkannya secara *online* berbasis internet.

Harus diakui perkembangan *YouTube* di Indonesia sangatlah pesat karena pada zaman sekarang membuat karya berbentuk video bisa diunggah melalui media sosial seperti *YouTube*. Karya berbentuk video mampu menarik perhatian penonton hingga ribuan sampai jutaan orang. *YouTube* sendiri memberikan penghargaan bagi channel dengan subscriber yang banyak.

Karena di zaman sekarang mengakses internet sangatlah mudah, bisa dimanapun dan kapanpun asalkan mempunyai jaringan internet, seharusnya dengan adanya media *YouTube* bisa kita manfaatkan untuk menjadikan *YouTube* sebagai sarana penyampaian pesan yang efektif bagi setiap channel atau komunikator.

Dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk meneliti channel *YouTube* Alif Alya *playlist* film anak Islami yang dimana didalamnya membawakan pesan dakwah kepada anak-anak, dan channel tersebut sudah mencapai 15 ribu subscriber. Subscriber sendiri bisa diartikan sebagai orang yang mengikuti channel *YouTube* tersebut dan mendukung video yang diunggah.

Dakwah memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan umat manusia agar manusia bisa mengakui bahwa adanya kebenaran Islam, dan berminat untuk mengajarkan ajaran-ajaran Islam sehingga bisa menjadi orang yang baik dan berguna bagi sesama manusia. Coba kita lihat sejarah berdakwah dalam Islam di Indonesia, sejarah mencatat bahwa media berdakwah dulu menggunakan seni, dan budaya. Pada masa itu dakwah seperti itulah yang begitu efektif dalam menyebarkan dakwah agama Islam, karena dalam penerapan ideologi Islam pada zaman dulu melalui seni dan budaya lebih bisa diterima masyarakat saat itu. Sama halnya dengan media *YouTube* yang menggunakan media internet yang digemari masyarakat pada zaman sekarang karena penyampaiannya lebih menarik, dengan begitu sangat cocok untuk bisa mempengaruhi masyarakat.

.Dakwah adalah bersifat mengajak atau menyerukan kepada manusia untuk melakukan hal baik dan menghindari yang buruk, sebagai awal mengubah masyarakat dari keadaan yang kurang baik sehingga bisa disebut juga sebagai suatu pembinaan. (Timur Djaelani, 2014). Maka dari itu berdakwah harus dikemas dengan cara yang tepat.

Melalui media *YouTube* berdakwah lebih bisa menarik minat seseorang, dikarenakan dikemas melalui bentuk *audio* dan *visual*. Metode berdakwah seperti itulah yang akan mempermudah proses tersampainya pesan dari seorang komunikator. Model komunikasi

dakwah dalam media *YouTube* menggunakan model komunikasi linear seperti yang telah dikemukakan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver dalam buku *The Mathematical of Communication* yaitu mereka mendeskripsikan komunikasi sebagai proses linear karena tertarik pada teknologi, dan ingin mengembangkan suatu model yang dapat menjelaskan bagaimana informasi melewati berbagai saluran (*channel*). Hasilnya adalah konseptualisasi dari komunikasi linear (*linear communication model*). Pendekatan ini terdiri atas tiga elemen kunci: sumber (*source*), pesan (*message*), dan penerima (*receiver*). (Claude Shannon dan Warren Weaver, 1949).

Salah satu channel *YouTube* yang memberikan tayangan berdakwah saat ini adalah channel *YouTube* Alif Alya playlist film anak Islami, tayangan ini merupakan channel *YouTube* yang menayangkan tentang film dakwah anak Islami yang dikemas dengan animasi 3D, serta menyajikan cerita secara menarik agar anak-anak zaman sekarang bisa diberi edukasi tentang Islam sejak dini. Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas maka peneliti ingin menganalisis isi pesan dakwah dalam tayangan channel *YouTube* Alif Alya pada *playlist* film anak Islami dengan judul “Pesan Dakwah Dalam Tayangan *YouTube*” (Analisis Isi pada Channel *YouTube* Alif Alya *playlist* film anak Islami).

## 1.2 Rumusan Masalah

Dari penjelasan latar belakang diatas maka rumusan masalah yang akan peneliti angkat dalam penelitian ini yaitu:

1. Seberapa besar frekuensi kemunculan pesan dakwah dalam tayangan channel *YouTube* Alif Alya *playlist* film anak Islami ?
2. Jenis pesan dakwah apa yang paling sering muncul dalam tayangan channel *YouTube* Alif Alya *playlist* film anak Islami ?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Dari rumusan masalah diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar frekuensi kemunculan pesan dakwah dalam tayangan channel *YouTube* Alif Alya *playlist* film anak Islami, dan peneliti juga ingin mengetahui jenis pesan dakwah apa yang paling sering muncul pada tayangan channel *YouTube* Alif Alya *playlist* film anak Islami.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan demikian dalam penelitian ini, saya sebagai peneliti berharap dapat berkontribusi sedikit pemikiran yang dapat sebagai refrensi pengetahuan pembaca:

#### **1. Manfaat Akademis**

Dari hasil penelitian akademis ini diharapkan dapat memberi kontribusi pemikiran di dunia akademis serta ilmu pengetahuan, dan juga dapat diharapkan dapat memberi masukan kepada perkembangan maupun pendalaman bagi studi yang menggunakan penelitian teknik analisis isi. Selain itu juga agar bisa menjadikan referensi bagi penelitian sejenis diwaktu yang akan datang.

#### **2. Manfaat Praktis**

Bisa bermanfaat bagi pengembangan dan pendalaman studi Ilmu Komunikasi, khususnya bagi pengkonsentrasian kajian komunikasi *audio visual*, supaya mampu menjadi referensi bagi penelitian yang semacam diwaktu yang akan datang.